

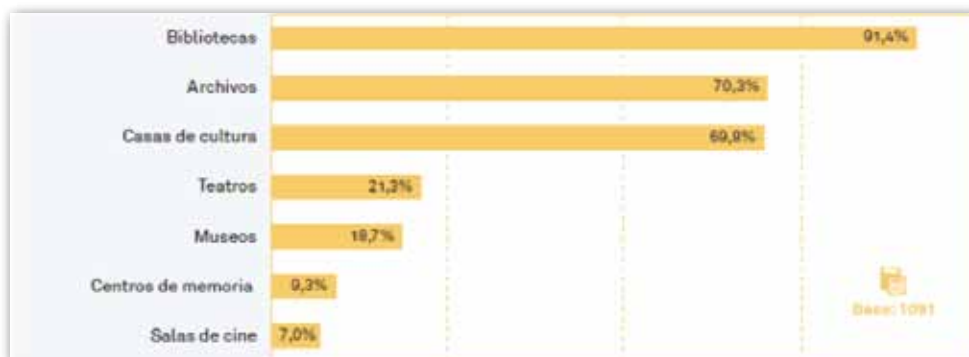
Las industrias culturales y creativas en Colombia

Diana Cifuentes Gómez

COLOMBIA CUENTA con una gran diversidad cultural fruto del mestizaje entre indígenas, europeos y africanos, que ha dado lugar a una abundante riqueza social y una enorme cantidad de manifestaciones culturales particulares a los pueblos y comunidades presentes en los diferentes territorios que conforman el país. Según un mapeo realizado por el Ministerio de Cultura en el año 2013, las manifestaciones con mayor presencia en el territorio nacional son las asociadas al patrimonio inmaterial: los eventos religiosos tradicionales de carácter colectivo, los actos festivos y lúdicos, la cultura culinaria tradicional y las artes populares. Mientras que los eventos religiosos y los actos festivos están presentes en más del 90 % de los municipios, el resto de manifestaciones alcanzan presencia en más del 70 % del país.

La mayoría de municipios del país cuentan, también, con algún tipo de infraestructura cultural. Gracias a los esfuerzos realizados desde el Plan Nacional de Lectura y Bibliotecas, en la actualidad, más del 90 % de los municipios del país cuentan con una biblioteca pública. A través del plan, se realizó una importante inversión en dotación, asesoría y capacitación a bibliotecarios, así como en la construcción de infraestructuras físicas (Biblioteca Nacional de Colombia, s.f.). Destaca la importante presencia de archivos y casas de la cultura. Sin embargo, aún falta fortalecer la infraestructura relacionada con teatros, museos, centros de memoria y salas de cine.

PORCENTAJE DE MUNICIPIOS CON INFRAESTRUCTURAS CULTURALES PÚBLICAS (2013)



Fuente: Encuesta de Diagnóstico Cultural en Colombia 2013.

Las actividades tradicionalmente asociadas al tema de industrias culturales se desarrollan, en buena medida, en ciudades grandes e intermedias. Las empresas que se dedican a la producción de cine, televisión, publicaciones, la industria fonográfica y la publicidad se concentran en las ciudades de Bogotá, Cali, Medellín y Barranquilla, también en los centros de formación profesional y los espacios de circulación del sector privado. La producción artesanal, en cambio, se centra tanto en núcleos rurales como en ciudades pequeñas y, de acuerdo al último censo realizado por artesanías de Colombia, la mayor parte de los artesanos se encuentran en los departamentos de Nariño (14.4 %), Sucre (10.1 %), Córdoba (9.3 %), Boyacá (8.4 %), Cesar (6.9 %), Atlántico (6.5 %) y Tolima (5.2 %), según datos de Artesanías de Colombia. De acuerdo con esta misma fuente, más de 350 000 personas en el país se dedican a la actividad artesanal, por lo que podemos concluir que se trata de una importante actividad para el sostenimiento económico de muchas comunidades en el país.

En cuanto al sector de la radiodifusión, según la información del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MINTIC), existen actualmente un total de 1578 emisoras en todo el país que se dividen en emisoras comerciales (42.3 %), radio comunitaria (39.7 %) y radio de interés público (18.1 %). Mientras que la radio comercial tiene presencia en 243 municipios del país, la radio comunitaria duplica la cifra con un total de 589 municipios, y es que esta última ha cumplido un papel importantísimo en la historia nacional reciente al mantener viva su voz como muestra de resiliencia ante la violencia, y a pesar de las amenazas de los grupos armados al margen de la ley en los territorios más afectados por el conflicto.

I. Políticas públicas para el fortalecimiento de las industrias culturales y creativas

En materia de política pública, se empiezan a realizar esfuerzos coordinados para implementar una política global tratando de fomentar las industrias culturales. Es en este contexto cuando se crea en el año 2008 el Grupo de Emprendimiento Cultural en el Ministerio de Cultura de Colombia con el propósito de “fomentar y fortalecer los emprendimientos e industrias culturales en Colombia a través de la formación para el emprendimiento, la generación y gestión de fuentes de financiamiento, la promoción a la circulación y acceso a servicios y productos culturales, el fomento a la articulación institucional y la generación de investigación y conocimiento en un marco de competitividad e innovación para la generación de empleo y desarrollo”, según datos del Ministerio de Cultura.

Posteriormente, en el 2010 se formuló la Política para el Emprendimiento e Industrias Culturales, en donde se establece que el rol del estado debe ser el de propiciar incentivos a la inversión privada y crear medidas legales o administrativas para eliminar los factores disfuncionales que afecten la operación e interrelación de los eslabones de la cadena productiva de cada industria cultural, facilitar la

operación de los procesos culturales e identificar marcos legislativos adecuados para activar la oferta, la demanda interna y la exportación de bienes y servicios culturales. El documento plantea un total de siete estrategias para fomentar el desarrollo de la industria:

- Generación de información sobre las industrias culturales y la realización de investigaciones.
- Formación para el emprendimiento.
- Fortalecimiento a la producción.
- Apertura de canales de circulación y nuevos mercados para los productos culturales nacionales.
- Fomento al asociacionismo.
- Mejora de las condiciones de acceso a la financiación.
- Protección y difusión del derecho de autor.

Adicionalmente, con la publicación, el mismo año, del documento del Consejo Nacional de Política Económica y Social (CONPES) 3659, se estructuraron cinco líneas estratégicas orientadas a superar los obstáculos identificados para la circulación de bienes y servicios de las industrias culturales y a ampliar el acceso al financiamiento y a los instrumentos públicos de desarrollo empresarial. También, se hizo énfasis en la formación del capital humano, la promoción del uso de nuevas tecnologías y el desarrollo de una línea estratégica orientada a reducir la concentración regional de las industrias culturales.

Recientemente, en 2017, se sancionó la Ley 1834 “Para el fomento de la Economía Creativa”. Esta tiene como objeto “desarrollar, fomentar, incentivar y proteger las industrias creativas,¹” El texto de la ley es bastante general y, aunque incluye un listado de siete estrategias y varias líneas de trabajo para la gestión pública del fomento a las industrias creativas, no detalla ningún procedimiento específico dentro de estas. El desarrollo de estas orientaciones deberá, por lo tanto, ser contemplado dentro del ejercicio de reglamentación que actualmente se encuentran en curso. En todo caso, en los últimos años se han adelantado iniciativas relacionadas con cada una de estas estrategias y líneas de trabajo, por lo cual, más que crear nuevos procesos, la Ley generará la oportunidad de organizar y ampliar el alcance de las múltiples actividades que se vienen realizando desde los sectores, tanto público como privado, y que han generado un impacto positivo sobre el desarrollo del sector. La ley tampoco contempla la aportación de nuevos recursos para su aplicación.

Otros temas que se contemplan en la Ley 1834 son la ampliación del alcance de la recolección de información para la elaboración de la Cuenta Satélite de Cultura

1. Se entiende como “industrias creativas” aquellas que se fundamentan en la propiedad intelectual, lo cual daría cabida a otros sectores adicionales a los que tradicionalmente se han contemplado en el país desde el fomento de la política pública para la cultura.

y la creación de un Consejo Nacional de Cultura, integrado por siete ministros, el director del Departamento Nacional de Planeación, del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), el director del Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), el director de la Dirección Nacional de Derecho de Autor y el presidente de la Financiera del Desarrollo Territorial (FINDETER).

II. Actividad económica

Colombia tiene uno de los sistemas de Cuenta Satélite de Cultura (CSC) con mayor antigüedad en la región iberoamericana. Dicha cuenta se elabora de manera conjunta por el DANE y el Ministerio de Cultura, y constituye un ejercicio de medición sumamente valioso que permite tener disponibilidad de indicadores monetarios fiables sobre el sector, además de haber generado un conocimiento técnico importante para toda la región.² Actualmente, el país cuenta con datos disponibles para el periodo 2005-2016.

Según los resultados de la CSC, el aporte promedio en este periodo del sector cultural al valor agregado del total de la economía nacional ha sido del 1,1 %. Los sectores incluidos dentro de la medición son: las artes escénicas, artes visuales, audiovisual, diseño publicitario, creación, libros y publicaciones, educación cultural, juegos y juguetes y música. El valor agregado para los segmentos del campo cultural que se incluyen en la cuenta ascendió a 6238 mil millones de pesos colombianos (USD 2043³ millones) en el año 2016.

Los sectores que mayor peso tienen en la generación de valor agregado son el sector audiovisual (2915 mil millones de pesos), el de libros y publicaciones (1448 mil millones de pesos) y la educación cultural (964 mil millones de pesos). El sector audiovisual abarca el 46.8 % del total del aporte, y entre los tres sectores mencionados suman el 85.5 %. Los otros seis sectores aportan apenas el 14.5 % del valor agregado.

No significa que estos otros subsectores sean pequeños en cuanto a la cantidad de personas que se dedican a estas actividades, o que tengan una escasa producción, sectores como el de la música o el de la creación son enormes en el país en este sentido, solo que esta riqueza cultural no necesariamente se traduce en un aporte elevado en términos monetarios.

2. Colombia ha prestado en varias ocasiones asistencia técnica a otros países interesados en crear su propia cuenta satélite.

3. Tasa de cambio promedio 2016: 3053.42 pesos/USD dólar. Fuente: Banco de la República.

RESULTADOS CONSOLIDADOS INDICADORES MONETARIOS. AÑOS 2015 - 2016p.

Segmentos Culturales	Valor agregado 2015	Valor agregado 2016p	Tasa de variación Valor Agregado	
	(Millones de \$ ktes de 2005)		2015/2014	2016p/2015
Artes escénicas	71.254	70.723	-8,6	-0,7
Artes visuales	7.006	6.482	22,0	-7,5
Audiovisual	2.914.620	2.919.648	-6,3	0,2
Diseño publicitario	488.511	446.578	-4,2	-8,6
Creación	19.017	21.318	-8,5	12,1
Libros y publicaciones	1.494.376	1.447.813	-6,2	-3,1
Educación Cultural	863.876	964.145	-4,6	11,6
Juegos y juguetes	64.467	59.635	21,0	-7,5
Música	299.227	302.386	54,5	1,1
Total Campo Cultural	6.222.354	6.238.728	-3,8	0,3

Fuente: DANE - Dirección de Síntesis y Cuentas Nacionales - Ministerio de Cultura.

Los resultados de editorial y audiovisual son reflejo de la tradición que tienen como industria estos dos sectores a nivel nacional. En el caso de los libros y las publicaciones, las primeras editoriales nacionales se crearon a finales del siglo XIX y principios del XX, gracias al interés de varios intelectuales colombianos en publicar la producción local y difundir la literatura clásica universal. En los años 30, el gobierno liberal se dedicó a fortalecer la edición y difusión del libro y a incrementar el grado de alfabetización de la población. La ampliación de la base de lectores fue la que permitió la aparición y fortalecimiento de editoriales nacionales en los años 50 y 60, que fueron el germen de lo que hoy es la industria editorial nacional.

En la actualidad, a pesar de presentar alguna desaceleración y alguna exportación, ha ido disminuyendo en los últimos cinco años, el sector sigue siendo la segunda industria cultural más importante en el país en términos económicos, con una sólida producción para el mercado interno y una fuerte vocación exportadora. Por delante tiene grandes retos en materia de innovación empresarial y el desarrollo de políticas públicas adecuadas que ayuden a fortalecer los canales de distribución del libro y el fomento a las exportaciones, todo ello acompañado de un indispensable aumento de los índices de lectura.

Por su parte, la historia del audiovisual en Colombia se inicia en el año de 1897 de la mano de uno de los operadores de los hermanos Lumière, cuando llega al país y exhibe varias de las cintas de estos creadores con gran recepción por parte del público. Pero, en realidad, quienes son considerados los padres de la cinematografía en Colombia son los hermanos Di Doménico, dos italianos que se establecieron en Colombia a principios del siglo XX. Entre los años 1915 y 1926, realizaron gran cantidad de noticieros, documentales y obras de ficción, las cuales exhibían en el Teatro Olympia de Bogotá, también de su propiedad. A partir de allí, la historia

del cine en Colombia ha vivido varias épocas de auge y declive en donde ha debido adaptarse a la llegada de nuevas tecnologías y hacer frente a grandes dificultades en su realización debido a la falta de presupuesto, pero también ha creado la oportunidad de mostrar relatos sorprendentes llenos de creatividad e imaginación y de revelar a través de las imágenes la historia de un país singular y convulso.

Hoy, nos encontramos en una etapa muy positiva para la producción del cine en Colombia. Gracias a la Ley del Cine, de la que hablaremos más adelante, se pasó de estrenar tres largometrajes en 1996 a 41 en el año 2016. Las películas nacionales han ganado, también, gran visibilidad en la escena internacional en donde han recibido importantes reconocimientos en festivales de primera línea, como Sundance o Cannes, y han sido objeto de reseñas positivas por parte de la crítica especializada a nivel internacional.

Uno de los grandes retos a los que se enfrenta el cine nacional en la actualidad es lograr atraer mayor cantidad de espectadores. A pesar del alto número de producciones que llegan a las salas, la cantidad promedio de espectadores por película es baja. Por ejemplo en el año 2016, las películas colombianas tuvieron un total de 4 786 999 entradas, sin embargo, solo 6 de las 41 películas estrenadas tuvieron más de 100 000 entradas, mientras que 25 de ellas no alcanzaron siquiera los 10 000 espectadores.

La televisión llega al país en el año 1954 durante la dictadura del general Gustavo Rojas Pinilla. En sus inicios fue manejada por el Estado, y emitía únicamente programas de carácter educativo y cultural. Sin embargo, a partir de 1957 se estableció un sistema de concesión que entregaba espacios de programación a privados. Fue así como surgieron las denominadas “programadoras”, empresas dedicadas a producir contenidos para transmitir en las franjas que les asignaban en los canales públicos a través de procesos de licitación.

A finales de los años sesenta, dos cadenas de radio, RCN y Caracol, hicieron su incursión como programadoras. Estas dos empresas crecieron con los años hasta convertirse en las empresas de medios de comunicación más importantes del país; cada una de ellas logró obtener uno de los tres únicos canales privados de televisión abierta de alcance nacional que existen en Colombia.⁴ En la actualidad, Caracol TV es propiedad del Grupo Valorem (anteriormente Grupo Santo Domingo) y RCN Televisión pertenece a la Organización Ardila Lule, dos de los conglomerados empresariales más importantes del país y de la región latinoamericana. Entre los dos concentran una buena parte de la facturación del sector audiovisual.

El sector editorial y el audiovisual fueron también los primeros en ver políticas orientadas a su desarrollo industrial.⁵ En el caso del audiovisual, la

4. Los canales de televisión de RCN y Caracol comenzaron a transmitir en 1998. El tercer canal privado de alcance nacional comenzó a operar en 2017.

5. El apartado de las leyes sobre cine y sector editorial se basa en el documento introductorio que elaboré para el encuentro Internacional de Políticas Públicas y Economía Creativa, coordinado por el Observatorio de Cultura y Economía.

primera ley de este tipo se creó en 1942, orientada al fomento de la industria cinematográfica. Esta ley fue reglamentada en 1966 y contempló la exención del pago de derechos de aduana para las sustancias químicas necesarias para la elaboración de cintas y para el material virgen, y eximió de impuestos la exhibición de cintas nacionales. Posteriormente, en 1972, en reconocimiento de las dificultades de producir un cine nacional que compitiera con las grandes industrias internacionales, se creó la llamada Ley del Sobreprecio, que autorizó cobrar un sobreprecio a las entradas a los teatros con el fin de fomentar la industria cinematográfica nacional. Debido a la cuestionable calidad en términos artísticos y técnicos de las realizaciones producto de esta iniciativa, y las irregularidades que rodearon los pagos de los distribuidores a los productores, la regulación estuvo vigente hasta el año 1978.

En el año de 1978 se creó la Compañía para el Fomento Cinematográfico (FOCINE), con el objeto de fomentar la industria cinematográfica en el país. A través de la institución, se crea un sistema de crédito para los productores de películas y se flexibilizan las importaciones de material necesario para las películas. Esta institución cerró sus puertas en 1993, pero esta experiencia y la de la ley del sobreprecio dejaron grandes lecciones que llevaron a la creación de la Ley 814 de 2003, más conocida como la Ley del Cine, y que ha sido una de las más exitosas en el ámbito cultural nacional. A través de esta ley, se crea una contribución parafiscal a partir de la cual constituye el Fondo para el Desarrollo Cinematográfico. El dinero que ingresa a este fondo está destinado en un 70 % a la producción cinematográfica y el porcentaje restante para apoyar líneas de acción complementarias encaminadas a promover el cine colombiano.

Entre los años 2004 y 2016 ha entregado fondos por un valor cercano a los USD 42 millones para la realización de películas, formación y circulación de cine colombiano y ha beneficiado a más de 400 producciones bien sea a través de la entrega de fondos no reembolsables o mediante los estímulos tributarios previstos en la ley para quienes inviertan en la realización de obras cinematográficas.

Por su parte, la Ley del Libro, sancionada en 1993, se creó con el fin de convertir a Colombia en un gran centro editorial con capacidad para competir en el mercado internacional y aumentar las exportaciones, así como incrementar la producción editorial y un mayor desarrollo de los canales de circulación del libro. La Ley del Libro contempló:

- La exención de toda clase de derechos arancelarios, paraarancelarios y tasas a la importación de papeles destinados a la edición y fabricación de libros en el país.
- El acceso a líneas de crédito favorables a empresas editoriales y a quienes invirtiesen en la ampliación o la apertura de librerías.
- La adquisición de un mínimo de ejemplares correspondiente al 50 % de las bibliotecas públicas registradas en el país de la primera edición de cada título de carácter educativo, científico y cultural producido en Colombia.

Aunque podría discutirse acerca de la efectividad, e incluso el nivel de ejecución que han llegado varios de los puntos propuestos en este instrumento, esta evidencia un interés claro y unas disposiciones concretas orientadas a propiciar el desarrollo industrial de este campo cultural en específico, que atendían a las necesidades que fueron identificadas en su momento, y es una de las leyes de apoyo al desarrollo industrial a nivel sectorial más completas que existen en el país.

En cuanto a la música, existe una tradición musical diversa en donde tienen cabida ritmos tradicionales como la cumbia, el vallenato o el bullerengue; las músicas populares de América Latina que llegaron desde los años cuarenta al país, como el bolero, la ranchera y el tango, o el rock y la salsa, que aparecieron en la escena musical colombiana a partir de la segunda mitad del siglo XX, incluso, el rock argentino y el mexicano que empezaron a filtrarse entre las audiencias nacionales en los años noventa, y los géneros fusión, que han surgido más recientemente y no solo han adquirido relevancia en el contexto nacional, sino que se han convertido en un interesante fenómeno con gran aceptación en el mercado internacional⁶.

A pesar de esta gran diversidad, notoriedad y el gran potencial que tiene como industria, el aporte económico generado por el sector musical sigue siendo muy inferior al de otros sectores. Es bastante heterogéneo y evidencia una gran brecha en términos de ingresos y oportunidades laborales entre sus agentes. En el campo musical colombiano existen simultáneamente emprendimientos con potencial de alto impacto económico y músicos que esperan que el Estado les garantice las condiciones mínimas para acceder a una economía de subsistencia.

Actualmente, se desarrollan varias iniciativas orientadas al fortalecimiento del sector, como BoMM (Bogotá Music Market), una plataforma de promoción y circulación organizada por la Cámara de Comercio de Bogotá, diseñado para que “músicos, compositores, productores, agencias, empresarios, marcas, tiendas de discos y editoras descubran nuevas oportunidades de negocio y aprendan sobre las últimas tendencias en la industria de la música”. También, se realizan otros mercados musicales en diferentes ciudades del país, como el Mercado Musical del Pacífico, que se lleva a cabo en las ciudades de Buenaventura y Cali, y que se ha convertido en un importante espectáculo para la industria musical del suroccidente del país; y el Mercado Cultural del Caribe que se realiza en Cartagena todos los años y organiza ruedas de negocios para artistas independientes y programadores de diferentes partes del país.

6. Este recorrido de la música nacional fue planteado por Iván Benavides en la conferencia “La música colombiana: entre la tradición y la innovación.” Bogotá: Banco de la República de Colombia, mayo de 2015.

III. Empleo cultural

De acuerdo con la información suministrada por la CSC, en el año 2016, el sector cultural generó 220 619 puestos de trabajo equivalentes a jornada completa –TETC–, que corresponden al 1.13 % del total de puestos TECT a nivel nacional. Los sectores en donde se genera mayor empleo son publicidad (59 238 puestos de trabajo), artes visuales, música, artes escénicas y creación (45 628 puestos de trabajo), y educación cultural (43 574 puestos).

Se pueden observar diferentes comportamientos de los sectores en términos de porcentaje de puestos que corresponden a los asalariados y los que son independientes. Esto da alguna medida de los niveles de informalidad presentes en cada subsector. Mientras que, de acuerdo con las definiciones proporcionadas por el DANE, se considera “asalariados” a los trabajadores que poseen un contrato de trabajo, oral o escrito, por el cual perciben una remuneración de manera estable o regular; los “trabajadores independientes” son aquellos con una remuneración que depende directamente de los beneficios derivados de los bienes o servicios producidos para su comercialización, es decir, no reciben ingresos de manera estable, sino conforme se logre vender un bien u ofrecer un servicio.

Teniendo en cuenta esta división se observa que el campo en donde existe un mayor grado de incertidumbre respecto a los ingresos y se desarrolla mayor trabajo por cuenta propia es los subsectores de las artes visuales, la música, las artes escénicas y la creación. Por el contrario, los subsectores en donde hay mayor formalidad son libros y publicaciones, audiovisual, diseño (publicidad) y educación cultural. Esto se debe a que, por un lado, en todos estos sectores hay una mayor cantidad de empresas y organizaciones constituidas legalmente y por lo tanto, es más común la elaboración de contratos a término fijo o indefinido, y a que en cambio, en el oficio de músico, artista en escena o artista visual, se ha establecido la costumbre de trabajar a destajo por presentación o por la venta de una obra.

PUESTOS DE TRABAJO EQUIVALENTE A TIEMPO COMPLETO - TEC 2015 - 2016

SEGMENTOS DEL CAMPO CULTURAL	ASALARIADOS			INDEPENDIENTES			TOTAL		
	2015	2016	Variación	2015	2016	Variación	2015	2016	Variación
			2016/2015			2016/2015			2016/2015
			%			%			%
Libros y publicaciones	17.751	17.327	-2,4	2.886	1.663	-42,4	20.637	18.990	-8,0
Juegos y juguetes	3.569	3.479	-2,5	2.020	2.613	29,4	5.589	6.092	9,0
Audiovisuales	27.872	30.669	10,0	11.927	10.188	-14,6	39.799	40.857	2,7
Diseño*	31.393	31.942	1,7	27.195	27.296	0,4	58.588	59.238	1,1
Artes visuales, música, artes escénicas, Creación	11.218	8.038	-28,3	40.984	37.590	-8,3	52.202	45.628	-12,6
Patrimonio Material	2.940	4.174	42,0	1.145	2.066	80,4	4.085	6.240	52,8
Educación Cultural	39.051	40.594	4,0	2.694	2.980	10,6	41.745	43.574	4,4
TOTAL GENERAL	133.794	136.223	1,8	88.851	84.396	-5,0	222.645	220.619	-0,9

Fuente: DANE - Dirección de Síntesis y Cuentas Nacionales - Ministerio de Cultura.

*Actualmente solo se incluye el diseño publicitario.

Epílogo

En Colombia, entre los varios retos a los que se enfrenta el sector de las ICC se encuentran el fortalecimiento de los gremios, el aporte de mayores fondos públicos para la cultura, el fortalecimiento de los mercados internos y del papel de los intermediadores culturales en el ecosistema cultural. También, falta fortalecer las líneas de trabajo que se han propuesto desde la política pública, que muestran algunos avances, pero que deben proporcionar materia, cobertura y la búsqueda de instrumentos más eficaces para su aplicación.

Hay que tener más información sobre las industrias creativas, a parte de los datos económicos aportados por la CSC hay que indagar más profundamente sobre el comportamiento de los sectores, identificar los problemas presentes en sus cadenas de valor y las dificultades del entorno, hay que aumentar la visibilidad y la difusión de la investigación que se hace en cultura, mejorar la formación para el emprendimiento, fortalecer la intermediación cultural, actualizar la normativa en derecho de autor conforme a la evolución de las nuevas tecnologías.

Desde el sector privado, la comunidad artística debe cohesionarse para generar una agenda de trabajo común y adelantar iniciativas que fortalezcan el desarrollo de las industrias culturales y, desde el sector público es importante integrar el sector cultural a los planes de desarrollo de los municipios y revisar el coste que supone para el gasto público en cultura, que en la actualidad es un escaso 0,2 % del Presupuesto General de la Nación.

Tan importante como todo lo que se ha mencionado hasta ahora es el fortalecimiento del consumo cultural y el mercado interno. Para ello es necesario el desarrollo de políticas estructurales a largo plazo orientadas al fortalecimiento de una educación cultural pertinente, desde la escuela y la consolidación de unas capacidades de lectura y escritura en la población que permitan acceder e interpretar de manera crítica los contenidos escritos y audiovisuales y fomentar la capacidad creativas de los colombianos.

IV. Referencias bibliográficas

- ARTESANÍAS DE COLOMBIA. (2018). *Caracterización*. Obtenido de http://www.artesanasdecolombia.com.co:8080/PortalAC/C_sector/caracterizacion_81
- CIFUENTES, D. (2017). *Documento introductorio al encuentro intrenacional de políticas públicas y economía creativa*. Bogotá: Observatorio de Cultura y Economía.
- MINISTERIO DE CULTURA. (2013). *Diagnóstico de desarrollo cultura en Colombia*. Bogotá: Ministerio de Cultura.
- MINISTERIO DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN. (2018). *Sector de Radiodifusión sonora en Colombia*. Obtenido de <http://mintic.gov.co/portal/604/w3-article-9214.html>
- VALENCIA, M. (2015). *La edición en Colombia*. Obtenido de Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes: http://www.cervantesvirtual.com/portales/editores_editoriales_iberoamericanos/edicion_en_colombia/